もし
あなたが消費者トラブルにあったら…
消費者センスを高めよう！
教師用解説書

制作/(財)消費者教育支援センター　著作/消費者庁

平成23年12月作成

# もし あなたが 消費者トラブルに あったら…

## 消費者センスを高めよう！

# 教師用解説書

消費者庁

## はじめに

本書は、消費者被害・事故に遭わない、賢い自立した消費者を育てることを主眼に置いた若者・高校生向けの消費者教育用副教材「もしあなたが消費者トラブルにあったら・・・消費者センスを高めよう！」の教師用解説書です。この教材は映像教材（DVD）、ワークブック、本書が相互に連動し、ひとつのパッケージとなっています。高等学校で平成25年度から実施される新学習指導要領にも対応しています。

この教材では、これからの社会を担う若者・高校生世代が消費者被害・事故に遭わないことを目指す一方で、そこから「消費者」の権利と責任を自覚し、加害者の側に立つことの問題性、相談することの個人的意味や社会的意味を認識することによって、社会全体から消費者被害や事故を減らすことや社会の発展と改善に積極的に参加することの大切さへの気づきを促しています。

本教材が高等学校等の現場で効果的に活用され、消費者トラブルの少ない社会への一助となれば幸いです。

## 目　次



# 1. 高等学校における消費者教育

### 1 消費者教育の必要性

高度に発達した市場経済の現代では、生活に必要なそのほとんどが商品として提供され、私たちはそれを購入して生活を営んでいます。様々に提供される商品は高度化複雑化しており、商品の質を見極め購入するには、消費者が多くの情報を集め判断する能力を必要とします。さらには販売方法も店舗販売以外に通信販売やインターネットなどもあり複雑化し、支払い方法も現金以外に割賦販売やクレジットなど多様化しています。このような社会の中で、様々な消費者被害が拡大しており、消費者教育の重要性は高まっています。

こうした時代だからこそ、自主的かつ合理的に行動するとともに、消費者の権利や義務を行使し、消費者被害が起こらないよう社会に働きかけ変えていく消費者ーすなわち市民性を持つ「自立した消費者」を育成することが求められています。

### 2 学校に求められる消費者教育

2004年に制定された消費者基本法第17条では国に対し、「学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずる」ことを義務づけています。消費者被害は若者や高齢者を中心としてすべての世代に起こっていることから、生涯にわたって消費者問題を学習する機会が保障されることが必要です。しかし一方で、学校教育期に、消費者教育の基礎・基本、体系的な学習が保障されることも重要です。

### 3 新学習指導要領における消費者教育

2009年に示された新学習指導要領では、公民科と家庭科において、表1に示すように、消費者教育の充実が示されました。

公民科では、改訂の要点として、「法や金融，消費者に関する学習の充実」を目指すと記述され、「現代社会」と「政治・経済」のなかで消費者問題の扱いが記述されています。「現代社会」では「（2）現代社会と人間としての在り方生き方」の「３内容の取扱い」のなかで、「「個人や企業の経済活動における役割と責任」については、（中略）消費者に関する問題などについても触れること」と、また、「政治・経済」では、「（2）現代の経済」の「３内容の取扱い」のなかで、市場経済の機能と限界について「消費者に関する問題も扱うこと」と明記しています。

家庭科においては、改善の具体的事項で「生涯にわたる生活経済や多重債務等の深刻な消費者問題、衣食住生活と環境とのかかわりを科学的に理解させるとともに、社会の一員として生活を創造する意思決定能力を習得させることを明確にする」としており、消費者教育を充実させることを明記しています。消費者問題の取り扱いは、家庭科の3つの教科「家庭基礎」「家庭総合」「生活デザイン」のすべてで取り扱われています。例えば「家庭基礎」では「２内容」では、「（2）生活の自立及び消費と環境」の中で、「消費生活や生活における経済の計画に関する基礎的・基本的な知識と技術」の習得や「エ　消費生活と生涯を見通した経済の計画」の学習が取り上げられ、「消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任について理解させ、適切な意思決定に

**表1 新学習指導要領における消費者教育の扱い**

| | 改訂の要点、改善の具体的事項 | | 2.内容 | 3.内容の取扱い |
|---|---|---|---|---|
| 公民科 | 法や金融、消費者に関する学習の充実を目指して、各科目の特質に応じた内容の改善を図った。(「高等学校学習指導要領解説　公民編」第1章第1節3　改訂の要点) | 現代社会 | **(2)現代社会と人間としての在り方生き方**<br>エ　現代の経済社会と経済活動の在り方 | (2)イ(オ)(中略)「個人や企業の経済活動における役割と責任」については(中略)、消費者に関する問題などについても触れること。 |
| | | 政治・経済 | **(2)現代の経済**<br>ア　現代経済の仕組みと特質 | (2)イ(中略)「市場経済の機能と限界」については(中略)、消費者に関する問題も扱うこと。 |
| 家庭科 | 高校生の発達課題と生涯生活設計、キャリアプランニングなどの学習を通して、次世代を担うことや生涯を見通す視点を明確にするとともに、生涯賃金や働き方、年金などとの関係に関する指導などを加え、生活を総合的にマネジメントする内容を充実する。<br>その際、生涯にわたる生活経済や多重債務等の深刻な消費者問題、衣食住生活と環境とのかかわりなどを科学的に理解させるとともに、社会の一員として生活を創造する意思決定能力を習得させることを明確にする。(「幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領等の改善について」(平成20年1月17日中央教育審議会)8(2)⑨ii改善の具体的事項 | 家庭基礎 | **(2)生活の自立及び消費と環境**<br>エ　消費生活と生涯を見通した経済の計画 | (2)イ内容の(2)のエについては、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと。 |
| | | 家庭総合 | **(3)生活における経済の計画と消費**<br>ア　生活における経済の計画<br>イ　消費行動と意思決定<br>ウ　消費者の権利と責任 | (2)イ内容の(3)のアについては、家庭の経済生活の諸課題について具体的に扱うようにすること。ウについては、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと。 |
| | | 生活デザイン | **(2)消費や環境に配慮したライフスタイルの確立**<br>ア　消費生活と生涯を見通した経済の計画 | (2)イ内容の(2)のアについては、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと。 |

基づいて行動できるようにするとともに、生涯を見通した生活における経済の管理や計画について考えることができるようにする」と明記されています。

また、「家庭総合」では、「消費行動における意思決定の過程とその重要性について理解させ、消費者として主体的に判断できるようにする」、「消費生活の現状と課題、消費者問題や消費者の自立と支援などについて理解させ、消費者としての権利と責任を自覚して行動できるようにする」と、消費行動における意思決定や消費者の自立といった実践的な学習が重視されています。「生活デザイン」においても同様です。

## 4 本教材で取り上げた事例の特徴

本教材では、ネットショッピング（返品不可、チケット詐欺）、美容商品による事故（カラーコンタクト、カラーリング剤）、連鎖販売取引の事例を取り上げました。

インターネットは若者の利用率が高く、ネットショッピングに関する消費者問題は高校生にとって身近です。ネットによる通信販売では商品を直接確認できず、また支払いの方法も複雑なため、トラブルに巻き込まれやすくなります。また、最近ではオンラインゲームが爆発的に普及し、多くの高校生が入会しています。無料と思って始めたものの、ゲームを進めていくうちに課金されることがあり、それに気付かずにいつの間にか高額な請求が来るといった例もあるようです。

ネット社会は急速に変化発展していますので、知っているから大丈夫と安心していられません。消費者として気を付けるべきポイントは何かを理解しておくことが必要でしょう。

商品事故による消費者問題は昔からある問題です。ここで取り上げたカラーコンタクトやカラーリングは、低価格で簡単におしゃれを楽しめるので、最近の高校生の多くが使ったことがあるようです。使用方法のちょっとした不注意で、消費者被害を受けることがあることを理解してもらいたいと思います。

今回取り上げた連鎖販売取引は20歳以上になって勧誘されることが多いのですが、あえて高校生を対象とした教材に盛り込みました。なぜなら、20歳になったとたんに勧誘を受け、結果的にトラブルに巻き込まれることが多く、直前の高校での学習が被害から免れる教育を受ける時期として重要であるからです。

## 5 各教科の目標や視点等と関連させた授業展開の必要性

消費者教育はすべての年齢にわたり、また学校に限らず地域や家庭などあらゆる場面で学ぶ必要があります。学校教育でも様々な教科や、進路指導、特別活動、総合的な学習の時間などのあらゆる場面で取り上げてほしいものです。しかし学習指導要領で明記されていることは、日本の対象学年の確実な学習の保障に繋がります。そこで、本冊子では、学習指導要領に消費者問題の学習が記述されている公民科と家庭科で、本教材を使った学習指導の事例を示しました。

公民科では消費者問題が取り上げられている現代社会の指導の展開例を示しました。前述したように公民科では経済の仕組みの中で消費者問題を位置づけて扱うようになっていますので、そうした扱いの指導事例を示しました。

家庭科の学習指導要領では日常の生活の具体から消費者の権利と義務、あるいは主体的な消費者行動の学習が明記されていますので、消費者の権利と義務をふまえて、消費者問題に直面したときの具体的な行動のあり方を学びます。

このように教科によって教材の活用の仕方が変わってきます。授業の目標を明確にし、それぞれの学習を展開してください。

## 6 各学校の実状に応じた対応について

今回の教材では、多くの高校生にとって身近な問題を取り上げました。しかし、内容が各高校の生徒の実態に即していない場合、例えば、カラーコンタクトやカラーリングが身近でない生徒が多いといった高校では、ドライヤーなどの商品事故を扱うなどの工夫をしてください。

また、個々に示した教材をすべて取り上げる必要はなく、高校の実態に応じて取捨選択してください。そのために映像教材(DVD)では全部がひとつのストーリーになっているバージョンと、3つの問題別に分けたバージョンとの、2種類を提供していますので、使い分けてください。

# 2.若者・高校生に多いトラブル事例と解説

**中学生から高校生になると携帯電話の保有率が格段にあがります(注)。現在の高校生は子どもの頃からインターネットに慣れ親しんできたデジタルネイティブ世代のため、高校生が巻き込まれるトラブルには、特にインターネット関係の内容が多くなっているものと思われます。**

（注）内閣府「平成22年度青少年のインターネット利用環境実態調査報告書」（2011年）によると、「自分専用の携帯電話」の所有について、中学生では45.7%に対し、高校生では97.1%とほとんどが所有している。

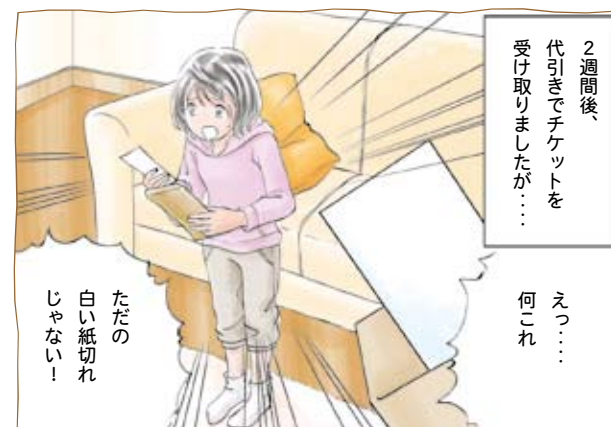
## 1 ネット通販と返品

特定商取引法における通信販売は、訪問販売などと違い、商品購入時に不意打ちの勧誘がなく、消費者が自発的意思に基づいて購入することから、いわゆるクーリング・オフ制度は導入されていません。

しかし、通信販売では返品トラブルが多いため、広告に返品の可否や条件等を明記することが義務付けられています。まずは、返品についての記載をよく確認することが重要です。また、表示がない場合は、商品到着後8日間以内であれば、消費者は送料など引取り又は返還に要する費用は消費者負担にて、売買契約の申込みの撤回、又はその売買契約の解除が可能となっています。

## 2 個人間取引による詐欺被害

SNS（ソーシャルネットワーキングサービス。社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービス）上のコミュニティ（インターネット上で共通の趣味などを持った人たちが交流する場）や、ファンサイトなどのネットの掲示板上で知り合った個人と、コンサートチケットや衣料品、雑貨などを取引してトラブルに巻き込まれることもあります。多くは、相手の個人情報や連絡先をきちんと把握していないことが原因です。匿名性が高いので、相手の連絡先が分からなければ救済が極めて難しくなります。

ネットオークションを利用して個人と取引することも多くなっています。オークションの場を利用して代金を支払った後に商品が届かない場合、大手サイトでは補償制度を設けて救済することもあります。また、サイトが一旦代金を預かる「エスクローサービス」を提供していることもあります。そのため、オークションではルールをきちんと守って取引していれば、商品未着といった詐欺被害において救済される可能性が高まります。しかし、届いた商品に対するトラブルには補償が適用されないこともあります。なお、多くのオークションサイトでは、利用対象を18歳以上としています。

## 3 権利侵害品の取引

インターネット上には有名ブランドやメーカーのニセモノ・コピー品、DVDなどの海賊版を販売するサイトがたくさんあります。コピー品販売サイトの広告は、検索サイトに表示されるスポンサーや外資系SNSにも出ていることがあり、思ったよりも身近にあります。

コピー品販売サイトの多くは、サイト上に住所が記載されておらず、商品は主に中国などの海外から国際郵便で送られてきます。

新品が半額以下の値段で販売されていたり日本語がどことなくおかしい、住所が明記されていない、連絡先アドレスがフリーメールなどの場合は、業者が海外にある可能性やコピー品販売サイトの可能性が高くなります。

ニセモノ・コピー品は権利侵害品に該当し、違法品です。また、関税法により輸出入が禁止されています。自分の手元に届く前に税関で荷物が止められる可能性もあり、また、交換や返金のためでも、権利侵害品と知りながら海外に返送（輸出）することも出来ません。

中にはコピー品と知っていても「安いから」という理由で購入するケースもあります。著作権や商標権について高校生のうちから正しい知識が必要です。

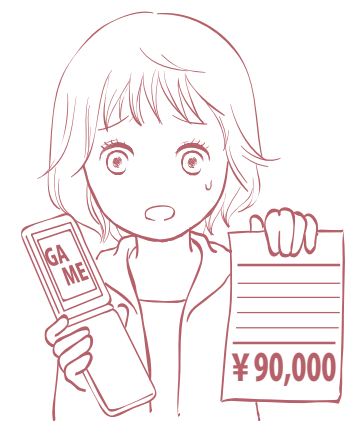
（模倣品対策：特許庁）
http://www.jpo.go.jp/cgi/link.cgi?url=/index/mohouhin.htm

## 4 オンラインゲーム関連のトラブル

SNSに登録すると、オンラインゲームが無料で利用できるようになります。そのようなオンラインゲームをソーシャルアプリゲーム（以下「ゲーム」という）と呼んでいます。ゲームは、SNS会社が直接提供するもの、別の運営会社が提供するものがあります。

本来、青少年が持つ携帯電話（パソコンや携帯ゲーム機、スマートフォンは対象外）は、「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」により、保護者が不要と申し出ない限り有害情報にアクセスできないようなフィルタリングがかけられていますが、EMA（モバイルコンテンツ審査・運用監視機構）という団体の認定を受けることでフィルタリング対象から外すことができ、大手のSNSはフィルタリングの対象外となっています。

はじめのうちは無料で利用できるゲームも、ゲームが進むと、無料のままではなかなか先に進まなくなります。そこで、ゲームには有利に進めるため有料のアイテムが用意されています。特に最近のゲームでは、欲しいアイテムを手に入れるにもゲーム性が高く、「ガチャ」と呼ばれるくじ引きのようなものを欲しいアイテムが出るまで購入し続けることであっという間に高額な利用料が請求されるケースが見られます。

支払いは携帯電話会社が回収を代行する方法のほか、クレジットカードや電子マネーでも支払えます。アイテム欲しさに親名義の携帯電話やクレジットカードを無断で利用してしまうことも

あります。利用者が未成年で高額請求の場合は、SNS 会社に対して、未成年者取消が出来るかどうか交渉するなどの対処を取ることになります。

そのほか、オンラインゲームのトラブルとしては、「利用していたIDとパスワードを使って第三者が勝手にログインし、持っていたゲーム上で使用する仮想通貨やアイテムが全て盗まれてしまった」「規約違反行為が認められたので退会させられた」「アイテムの現金取引（RMT：リアルマネートレード）をしたら詐欺に遭った」などもあります。

パスワードは定期的に変更し、他人に教えない、複数のサイトで同じパスワードを利用しない、などの自衛策が必要です。

また不正アクセスについては、犯罪行為として警察の協力が不可欠となります。

### 5 不当請求・ワンクリック請求

携帯電話やPCのサイト画像をクリックすると、「当該サイトは有料サービスのため3日以内に5万円を支払って下さい、支払わないと自宅を突き止め直接請求にうかがいます」という表示画面が出ることで、あわてて支払いに応じてしまい、結果、詐欺被害にあうことがあります。

アダルト情報サイトに多い手口ですが、過去にはアニメサイトや芸能人情報サイトでも同様の手口が確認され、未成年者でも遭遇する可能性が高い被害となっています。すぐに支払わない、連絡しないという基本対処方法の徹底が必要です。

また、最近では、請求画面が消えないケースもあり、支払わないと消えないと記載されていることで、消したいと思うあまり請求に応じてしまうケースもあります。最近は、パソコン画面だけでなく、スマートフォンなどにでも請求画面が貼り付くことがあります。

請求画面が消えないという問題の解決方法は、動画ファイルと称してインストールした不正なプログラムを削除することです。しかし、削除には専門知識を必要とするので、消費生活センターに相談し、専門機関の紹介などを受けるのが良いでしょう。

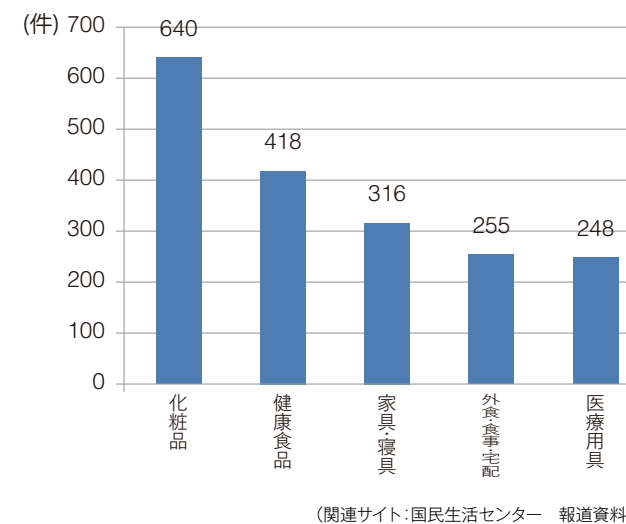
また、支払いにクレジットカードが利用できるケースや、貼り付き画面を削除するサービスを有料で提供している事業者もネット上にいくつか存在し、そこで被害に遭うこともあります。ネットの進化とともに不当請求の形も進化していくのです。

# 3. 毎日の生活の中で起こる事故事例と解説

### 1 製品関連事故に係る消費生活相談

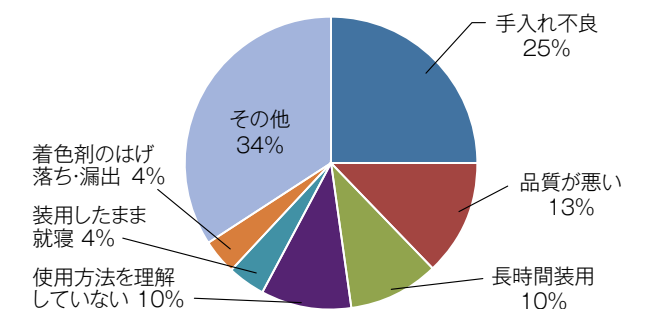
（独）国民生活センターが2010年度に収集した危害・危険情報は12,701件で、対前年度比7.4%増でした。「危害情報[注1]」は8,595件、「危険情報[注2]」は4,106件で、「危害情報」の上位３商品は、「医療サービス」、「化粧品」、「エステティックサービス」。また、中でも生命身体に被害を及ぼした製品は「化粧品」「健康食品」「家具類」となっています（図1）。「危険情報」の上位３商品は、「四輪自動車」、「電子レンジ類」、「テレビ」であり、両方ともに前年度より増加しました。（注1）生命や身体に危害を受けた情報。（注２）危害には至っていないがそのおそれがある情報。

**図1　生命身体に被害を及ぼした製品**

（関連サイト：国民生活センター　報道資料）

### 2 カラーコンタクト

カラーコンタクトの使用から角膜潰瘍や角膜浸潤などの重度な眼障害が起きています。（独）国民生活センター「カラーコンタクトレンズテスト結果」（2005年）によると、医療機器の承認を受けていない「おしゃれ用カラーコンタクトレンズ」12銘柄のうち、2銘柄で眼粘膜刺激を引き起こす可能性がある細胞毒性がみられました。また、4銘柄で色素の溶出がみられ、そのうち2銘柄では溶出液が蛍光を発し、また、アルミニウム等が溶出しているものもみられました。

（独）製品評価技術基盤機構（以下、NITE）「視力補正を目的としないカラーコンタクトレンズに関する調査結果」（2008年）によると「おしゃれ用カラーコンタクト」は、おしゃれ目的に10代後半から20代前半の女性を中心に使用され、購入先は、「販売店」（47%）、「インターネット・雑誌」（47%）等となっており、眼科医アンケートの結果によると、推定される眼障害の主な原因は、「手入れ不良」（25%）、「長時間装用」（10%）、「使用方法を理解していない」（10%）、「装用したまま就寝」（4%）など、使用方法の問題によるものが多くなっています。また、「品質が悪い」（13%）、「着色剤のはげ落ち・漏出」（4%）等、品質の問題と考えられるものもありました（図2）。

**図2　カラーコンタクトの眼障害原因**

カラーコンタクトの眼障害の増加を受けて、視力補正を目的としないカラーコンタクト（おしゃれ用カラーコンタクト）について、**厚生労働省は、平成21年11月4日、視力補正用のコンタクトレンズ（度付き）と同様に、薬事法における医療機器として規制**の対象としました。

**消費者へのアドバイス**

- コンタクトレンズは視力補正を目的とする、比較的リスクの高い医療機器です。視力補正以外で安易に使用しないほうがよいでしょう 。
- おしゃれ用カラーコンタクトレンズは今まで医療機器としての規制がなく、細胞毒性や色素の溶出等、安全性・品質問題等がありました。
- おしゃれ用カラーコンタクトレンズの装用により、夜間視力や動体視力が大幅に低下する場合があり、夜間に装用しての車等の運転は危険です。
- 装用後に点状表層角膜症等の軽い眼障害が引き起こされた銘柄もあるので、少しでも異常を感じたら、医療機関に相談しましょう。
- ネット等で海外から個人輸入する際は、日本の法規制外になり、自己責任のもと商品購入することになるので、注意しましょう。(NITE「視力補正を目的としないカラーコンタクトレンズに関する調査結果」より)

## 3 カラーリング

一般に、「おしゃれな髪染め」や「ブリーチ&カラー」など、毛髪に色をつけるカラーリング剤は、「医薬部外品」に該当する「染毛剤」と、「化粧品」に該当する「半永久染毛料」と「一次染毛料」とに大別されます。そのうち「染毛剤」は皮膚障害の原因とされている「酸化染料」(p-フェニレンジアミン等)が使用され、毛髪内部に浸透して酸化重合により発色し、毛髪を染めます。2~3か月と色持ちはいいが、染料でのアレルギー反応の恐れがあります。使用時にはアレルギーを防ぐために、その都度パッチテスト(皮膚試験)の必要があります。(独)国民生活センター報道資料「消費者アンケート調査」(1998年)では、パッチテストを「使用する度に行う必要がある」と回答した人は、28.1%でしたが、実際に染毛前に「必ず行う」人は3%弱でした。また、短い期間内に何度も染め直すことは髪に負担をかけるので、十分な期間をあけることも大切です。

**消費者へのアドバイス**

- 染毛前に取扱説明書をよく読みましょう。
- アレルギー反応防止のため、使用の都度、必ずパッチテストをしましょう。
- 染毛により髪の強度が低下するので、繰り返し染毛する時は、染毛後に新しく伸びてきた部分を中心に染めましょう。

## 4 まつ毛のエクステンション

「まつ毛のエクステンション」は目元というデリケートな部分に行う、まつ毛への施術で、接着剤や器具の刺激、施術者の技術等による危害が発生しやすく、細心の注意が必要です。2008年3月、東京都公表の「まつ毛のエクステンション(「まつ毛エクステ」)の危害状況」を受け、厚生労働省は危害防止の徹底をはかる通知文書を出しましたが、その後も相談件数は増加し、150件を超えています。

厚生労働省はまつ毛に関する施術を美容師法にいう「美容行為」と位置付けていますが、まつ毛エクステは美容院だけでなく、エステ店やネイルサロン、さらに最近はまつ毛エクステ専門のサロンでも実施されており、これらの店舗で美容師の資格のない者が施術しているケースもあります。さらに、トラブル発生後の対応も悪く、問題のある店舗もあります。

**消費者へのアドバイス**

- デリケートな目元への施術であり、目への危険が懸念されます。
- 問題が発生したら、すぐに診察を受け、「まつ毛エクステ」をしたことを告げましょう。
- 危害を受けたら消費生活センターへ相談の上、地域保健所や衛生担当部署へ情報提供をしましょう。

## 5 家電製品全般の代表例として ドライヤーのコードの事例(製品の事故)

電源コードの断線によるやけどや出火等の事故が、平成16年度から20年度の5年間で185件発生していたことが平成22年にNITEより発表されました。製品別では、コードがねじれることが多いドライヤーが61件と最も多く、NITEは「電源コードは大切に扱い、ねじれや傷などの点検を」と注意を呼び掛けています。ドライヤーのほか、こたつ(31件)、掃除機(25件)、電気あんか(23件)、電気毛布(16件)等にも事故が発生しており、そのうち5件は火災で7人が死亡しています。電源コードは、繰り返し折り曲げや、器具に巻き付け、重いものを乗せる等すると、表面のビニールカバーが劣化し内部の金属線が切れたりしてしまいます。その結果、異常発熱やショートで、火花が発生し周りの可燃物に燃え移り、火災ややけどの原因になります。コード表面に異常がなくても内部が切れている場合があります。コードが発熱したり、製品の電源が入らない場合は危険としています。特に、電気あんか等の就寝中の暖房器具は、「発火に気づきにくく、布団等の可燃物が近くにあり、大きな火災になりやすく非常に危険」としています。

**消費者へのアドバイス**

- コードが変形している場合や電源の入切が不安定な場合は使用をやめましょう。(被覆の内部では、素線(電線)の切断の可能性があり、発煙・発火のおそれがあります)
- 電源コードを機器に巻きつけないようにしましょう。(電線の一部が切れると、切れていない部分に電流が流れ、発煙・発火に至る)
- 髪の毛を巻き込む恐れがあるので、ドライヤーを近づけすぎないようにしましょう。
- ドライヤー内部のゴミは発火の原因となる場合があるため、吸気口の埃はこまめに取除きましょう。
- 保管の際は、ドライヤー本体や電源コードをフック等で吊るしましょう。

東京都「商品テスト結果：ヘアドライヤー」より
NITE「断線による事故の防止について」(注意喚起)より

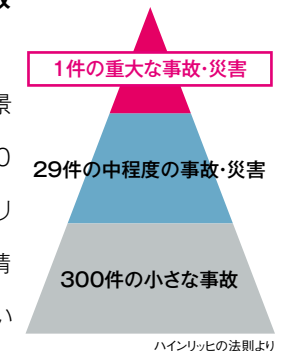
## 6 まとめ 製品事故を起こさないために！

### ①「ヒヤリハット」で事故情報の共有しよう。

**[あわや事故になりかねない事故寸前の体験]の「ヒヤリハット」。**

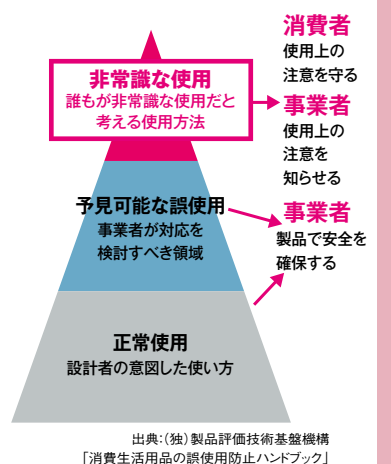
1件の重大事故が発生する背景には、29件の中程度事故と300件の小さな事故あります。「ヒヤリハット」を事故の予兆ととらえ情報を共有し原因や対策を考えていくことが大切です。

1件の重大な事故・災害
29件の中程度の事故・災害
300件の小さな事故

ハインリッヒの法則より

### ②誤使用や不注意による事故は「企業の責任」

- 人間は忘れる・気付かない・勘違い等のヒューマンエラーから逃れられません。
- 機械も故障や寿命があるため正しい使い方をしていても安全確保に限界があります。
- これらを基本に「正常使用」や「予見可能な誤使用」は、事業者が安全を確保する必要があり、「通常陥るべき誤使用」は「企業の責任」です。

非常識な使用
誰もが非常識な使用だと考える使用方法
消費者
使用上の注意を守る
事業者
使用上の注意を知らせる
予見可能な誤使用
事業者が対応を検討すべき領域
事業者
製品で安全を確保する
正常使用
設計者の意図した使い方

出典：(独)製品評価技術基盤機構「消費生活用品の誤使用防止ハンドブック」

### ③安全な生活を送るには

- **購入前に事故情報を調べ、知りましょう！**
  消費者庁 **事故情報データバンク**
  http://www.jikojoho.go.jp/ai_national/
- **使用時に取扱説明書等をよく読みましょう。**
- **使ってみて問題が生じたら、消費生活センター等に意見を伝えましょう。**
- **自分の「リスク」のモノサシを持ちましょう。**

# 4. 教材紹介 もし あなたが消費者トラブルにあったら…

消費者センスを高めよう!

この教材は、映像教材(DVD)、ワークブック、教師用解説書(本書)から構成されており、映像教材と各教材は連動しています。各教材の関連性は以下の通りです。

**映像教材**

全編再生版

- A ネットショッピングの落とし穴
  - ・大樹の場合
  - ・沙耶花の場合
- B おしゃれのリスク
  - ・大樹の場合
  - ・沙耶花の場合
- C もうけ話にご用心
  - ・達也、美里の場合

問題解決のための ミニアドバイス

**ワークブック**

- トラブル危険度診断 — 消費者トラブルに関心が高まるように危険度診断を設けました。
- CASE STUDY 1 大樹 ネットで注文したスニーカーは返品できる?
- CASE STUDY 2 沙耶花 代引きだから大丈夫!?
- CASE STUDY 3 沙耶花 カラーコンタクトで目に傷が!
- CASE STUDY 4 大樹 カラーリング剤でやけど
- CASE STUDY 5 達也・美里 もうけ話にご用心

（CASE STUDY 1〜5）映像教材に登場する人物ごとにマンガ形式でトラブルを再現しました。登場人物の何が問題でトラブルが起きてしまったのかをワークとして記入できるようにしました。

- CASE STUDYの解説 — 各事例の原因と対策がまとめられています。
- 考えてみよう! 若者や高校生の消費者トラブル — 映像以外の6事例を取り上げ、被害にあわないための注意点と被害時の対応策について考えさせます。
- 契約の基礎知識を身につけよう — クイズ形式のマンガで契約の基礎を解説します。また、ネットでの契約と返品について説明しています。
- これからの社会を担うあなたへ ～「消費者」としての権利と責任～ — 消費者の権利と責任を線で結ぶワークと、データから相談することの意味を考えさせるワークがあります。

**教師用解説書(本書)**

- P3~5 高等学校における消費者教育 ・新学習指導要領との関連
- P6~11 事例紹介と解説 ・インターネット等のトラブル ・毎日の生活の中で起こる事故
- P22~25 公民科の授業展開例
- P26~30 家庭科の授業展開例

# 映像教材(DVD)の利用の仕方

**映像教材のストーリーは3種類**

映像教材は「ネットショッピングの落とし穴」「おしゃれのリスク」「もうけ話にご用心」の3種類のストーリから構成されています。映像は全編再生も、各映像を単独で使用することもできます。授業で扱う内容に合わせて映像教材を選択して下さい。

## A ネットショッピングの落とし穴

再生時間 7分03秒

**目標**

●インターネット上のショッピングや個人間取引を利用する際の注意点について理解し、トラブルを予防できるようにする。

**あらすじ**

●ネットショップでスニーカーを購入した大樹。返品特約をきちんと確認しなかったが、自分の勝手な都合で返品することはできるのでしょうか‥‥‥?

●インターネットの掲示板で個人からコンサートチケットを購入しようと考えた沙耶花。面識がない相手との売買取引も、代金引換なら安全だと思ったが‥‥。

## B おしゃれのリスク

再生時間 5分31秒

**目標**

●高校生や若者に身近な美容トラブルに関心を持つ。

●製品トラブルには製品自体の欠陥で起きる場合と、消費者の誤使用・不注意が原因で起きる場合があることを知り、製品の正しい使用方法等、消費者が注意すべき点について理解する。

**あらすじ**

●安さにつられて海外から発送されるカラーコンタクトを購入した沙耶花。ところが、使い方が粗かったのか角膜症に…。

●カラーリングに挑戦しようと考えた大樹。節約のためにカラーリング剤を購入し、自分で染めようと考えたが‥‥。

## C もうけ話にご用心

再生時間 6分47秒

**目標**

●連鎖販売取引の特徴を知り、トラブルにあわないための予防方法について学ぶ。

**あらすじ**

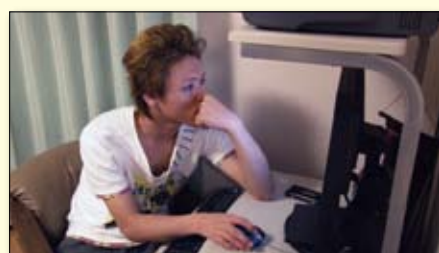
●達也は先輩に勧誘されて投資用教材ソフトを購入した。「投資による利益だけでなく、販売会員になれば紹介料も入り、誰でも簡単にもうかる」と言われ、高額なローンを組んだが、利益を上げるのも勧誘するのも難しく‥‥。

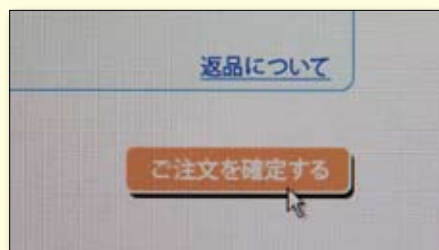
# 1 ネットショッピングの落とし穴

登場人物　大　樹・沙耶花

## 映像の流れ

ネットショッピングをしている大樹。1

人気モデルのスニーカーを安く購入しようと探している。2

「在庫一掃セール　限定モデル　残り1足」3

カートに入れ、購入ボタンをクリックする。
支払方法の画面に続き、最終確認画面が現れ、「返品について」と記載されているが、不注意で見過ごしてしまう。4

大樹の携帯に沙耶花から電話が掛かってくる。

沙耶花は以前から欲しかったコンサートのチケットを、ネットの掲示板上で売却している書き込みを見つけたので購入しようか大樹に相談する。5

掲示板と聞いて大樹は安全性に不安を覚えるが、沙耶花は、代金の支払いは品物と交換する「代金引換」なので大丈夫だと主張する。6

## ポイント

1 インターネットを利用すると、お店に行かなくてもほしい物を簡単に手に入れることができるが、中には商品が届かない等、悪質な業者によるトラブルもある。

2 ネットショッピングでは実際に商品を手に取って比較・検討ができないので、靴や洋服などを購入する際は特に慎重な検討が必要。

3「限定」「最後の1つ」という言葉に煽られて、焦りで慎重な判断が難しくなる。

4 特定商取引法における通信販売では、販売価格や代金支払の時期・方法、連絡先等の重要項目の他に、返品特約について表示するよう定められている。特に表示がない場合は、8日間に限り送料を購入者が負担することで返品可能である。
→ワークブックP13参照

5 インターネットの掲示板等は、個人が趣味の一環として管理しているものが多く、チケット売買掲示板も、詐欺発生のリスクを考慮せず開かれる場合がほとんどのため、事件が発生してもオークションサイトと同等の対応(問い合わせ対応や金銭補償など)を望むことは難しい。会員制の掲示板では、会員同士の仲間意識が危機感の低下につながる場合も多い。

6 ネットショッピングでは、代金を先に振込み、商品が届かない等のトラブルが多い。一方で、代金と商品を交換する「代金引換」は、一見、安心だと思われるが、受け取る前に中身の確認ができないため、違う商品が送られてくる等のトラブルがある。決して安全という訳ではない。



## 映像の流れ

沙耶花は、チケットの売主に購入希望のメールを送信する。しかし、他の購入希望者にチケットを取られまいと焦ったため、相手の住所や電話番号などの連絡先を確認するのを忘れてしまう。7

大樹はPC操作に戻る。
注文を送信した大樹の元に、ショップから注文受付メールが届く。8

メールを適当に読み、あくびをする大樹。

一週間後、

沙耶花から電話が掛かってくる。

沙耶花はコンサートチケットの売主から「忙しいのでチケット送付が遅れる。」とメールが来たので不安になっている。大樹は、大丈夫だと沙耶花を慰める。9

大樹はスニーカーのショップに代金を振込み商品の到着を待っている。
PCでインターネットを見ると、ショップから商品発送メールが届いている。

ネットショップのサイトには新製品発売の紹介がされている。大樹は自分が注文したスニーカーより新製品に魅力を感じてしまう。
「こっちの方がいいなあ。」

## ポイント

7 ネットオークションや掲示板では取引の相手が匿名の個人の場合が多く、サイトの運営主体等も本人確認が不十分であることが多いため、トラブルに巻き込まれる可能性がある。

8 注文承諾のメールが届いた時点で売買契約が成立したことになる。契約が成立すると、双方に義務と権利が発生する。一方の自己都合による契約の解除はできない。
→ワークブックP13参照

9 オークションや掲示板など個人取引の場合、以下のような場合は取引を再検討する必要がある。

①電話番号を教えない、教えても携帯電話の番号のみ、電話をかけても出ない。メールアドレスがフリーメール、または携帯電話のメールアドレスのみ。

②口座名義と、名乗っている氏名が違う、振込指定している銀行・支店名と、教えてもらった住所が全然違う。

③なかなか郵送しようとしない。(複数の相手と交渉しているため)

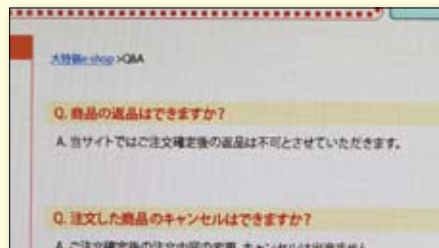
④入金を急がせる。「○日までに振込みがないと、違う人に譲る」など。

⑤メールの文章や、言っていることが二転三転する、矛盾していることを言っている。

## ■ネットショッピングの落とし穴

**映像の流れ**

考えた末、返品することを思いつく大樹。
「クーリング・オフっていう制度があったはず。自分が気にいらないのだから、返品してもいいよね。」 ✎10

しかし、連絡してもショップは取り合わない。「通信販売にはクーリング・オフは適用されない。また、返品についてはサイトに書いてある」と言われる。ショップのサイトをよく見ると、確かにこのサイトでは返品不可と書いてある。✎11

ようやく沙耶花のもとにチケットが届く。
代金を宅配業者に渡し、封筒を受け取る。期待を膨らませながら封筒を開け、中を取り出すが、そこにチケットはなく、紙切れしか入っていない。

沙耶花はすぐ宅配業者に連絡したが、代引きで荷物を受け取り料金を支払った場合、宅配業者からは返金できないと断られる。✎12

後日、その掲示板で同じ被害にあった人が多数いたことが判明する。

**ポイント**

✎10 契約成立後は、記載されている返品の規定によることになる。

✎11 「返品特約」等の広告表示の内容はサイトやショップの運営者により異なるのでよく確認する必要がある。
→ワークブックP13参照

✎12 インターネットの掲示板やオークションを通じた、コンサートやスポーツ観戦等の各種チケットの取引の過程にて行われる詐欺をチケット詐欺と言う。

# 2 おしゃれのリスク

登場人物 大樹・沙耶花

**映像の流れ**

図書館のラウンジで、夏休み中にイメチェンする計画を立てる大樹と沙耶花。大樹は自分でカラーリングに挑戦し、沙耶花はカラーコンタクトの購入を考えている。✎1

自宅で携帯を見ている沙耶花。
海外から商品を発送している業者のカラコンを購入することにした。✎2

一方大樹は、最安値のカラーリング剤を購入した。
自宅で染めた髪を整えている大樹。

1週間後、沙耶花の自宅に商品が届く。
One day（1日で使い捨てる）タイプのカラーコンタクト。
さっそくカラコンを装着する沙耶花。

**ポイント**

✎1 カラーリング剤は、ドラッグストア等で安く購入できるので、自宅でカラーリングをする人も多い。

✎2 カラーコンタクトは、2009年11月4日より、薬事法上の「医療機器」として規制の対象となり、日本では、「高度医療機器の販売許可」を受けた業者でなければ販売できない。海外からインターネット等を通して取り寄せた製品は、日本国内で薬事法を遵守して販売されているものに比べて安全性におけるリスクがある。

## ■おしゃれのリスク

| 映像の流れ | ポイント |
| --- | --- |
| 数日後<br>カラコンを気に入った沙耶花は、カラコンを長時間使用して放置したり、装着したまま眠ることもあった。また、使い捨てるのがもったいないので、同じカラコンを何日も使用していた。!3 | !3 カラーコンタクトは使用期限や使用方法を守り適切に使用する必要がある。 |
| 一方、大樹は思い通りの色が出なかったので、髪を何度も染め直していた。!4<br> | !4 髪質は個人によって異なり、ヘアカラーの効果にも差異があるが、短期間で頻繁にカラーリングを繰り返すのは、頭皮や髪にダメージを与える原因になる。(カラーリングは、髪の色素を抜き、そこに特定の色素を沈着させるため、髪だけではなく肌にも刺激を与える成分が含まれている) |
| 夏休み明けの2学期・・・・<br>目に眼帯をつけた沙耶花と、しきりに髪の毛をさすっている大樹は図書館のラウンジで話をしている。 | |
| 沙耶花はカラーコンタクトによって点状表層角膜症になってしまった。!5 | !5 角膜の上皮に点状の傷がついた状態。ここでは、海外発送カラーコンタクトの製品自体が粗悪であったためか、もしくは使用方法が粗雑であったためか、原因は明記していない。 |
| 大樹はカラーリング剤の使用過多で皮膚に炎症が起きてしまった。<br>イメチェン計画の失敗に意気消沈する2人。<br> | |

# 3 もうけ話にご用心

登場人物　達　也・美　里

| 映像の流れ | ポイント |
| --- | --- |
| 大学生の達也は、サークルの先輩の美里から、「すごくお金がもうかる話がある」と勧誘され、一緒に説明会に参加することにした。!1 | !1 友人や先輩から急に「もうけ話がある」と具体的ではないビジネス勧誘を受けた場合は充分な注意が必要である。 |
| 業者の話ではソフトを購入すると、投資による利益を上げることはもちろん、同時にソフトの販売会員となることもできるという。!2<br> | !2 特定商取引法で規制されている連鎖販売取引を定義するキーワードとして、「特定負担」と「特定利益」が挙げられる。ここではソフトの購入が「特定負担」に該当し、特定負担を支払う(ソフト購入)ことにより「紹介料」(特定利益)が得られる仕組みになっている。 |
| ソフトを友人や知人に紹介し、その人たちが ソフトを買って新規会員になれば紹介料が入る。さらにその会員がまた別の人にソフトを紹介し、新規会員が増えれば増えるだけ、その都度達也に紹介料が入る仕組みだという。業者は、多額の利益を得ている人がたくさんおり、達也も絶対にもうかると力説した。!3<br> | !3 連鎖販売取引の勧誘において、事業者が、事実に反することを告げたり、消費者がその告げられたことを誤認して契約の意思表示をした場合は、特定商取引法により、消費者はその契約を取り消すことができる。 |
| 20万円という高額な価格のため、躊躇していた達也だったが、「すぐに取り戻せるから損はしない」と、美里にローンでの購入を強く勧められ、結局ソフトを購入し、販売会員となってしまう。!4<br> | !4 ローンを組むと、現金が手元になくても商品を購入できる。毎月の支払は少なくても支払いが長期化することにより利息がかさむため、支払い総額などを踏まえた検討をすることが重要。また、連鎖販売取引に伴う契約の場合は、業者は、業務の概要について記載した書面(契約書)を交付することを、特定商取引法により義務づけられている。 |
| 自宅に帰り、さっそく購入したソフトを起動したが、専門知識のない達也には予想以上に操作が難しく、また、投資には資金も必要なため、「利益を上げることは容易ではない」と達也は途方に暮れてしまった。 | |

## ■もうけ話にご用心

| 映像の流れ | ポイント |
|---|---|
| そこで、自分も美里のように紹介料を得ようと、大学の同級生や知人にソフトの購入を勧めることにした。⊘5 | ⊘5 連鎖販売取引の勧誘に際しては、特定商取引法により、勧誘に先立ち目的等を告げなければならず、また、事実に反することを告げることは禁止されている。 |
|  | |
| しかし、誰もソフトを買ってくれない。<br>次第に、サークル内で美里から勧められてソフトを購入した人が他にも何人もいることが判明した。<br>結局、もうけるどころか、1本も売ることができなかった。自分が使いこなせないソフトを他人に売ること自体に無理があったのだ。 | |
|  | |
| 返品しようと会社に連絡しても、解約はできないと全くとりあってもらえない。<br>契約時に書面も一切受け取っていなかった。⊘6 | ⊘6 連鎖販売取引についての契約は、契約書面を受け取った日から20日間は、書面によりクーリング・オフをすることができる。この事例のように、契約書自体がなかった場合(書類に不備があった場合なども)、20日間を過ぎてもクーリング・オフできる場合もありうる。<br>→ワークブックP15参照 |
|  | |
| 達也に残されたのは多額の借金だけだった。<br>後日、美里は人間関係が壊れて大学をやめてしまった。 | |
|  | |



## ワークブックの補足説明

### 12-13ページ　契約の基礎知識を身につけよう　クイズの解説

**1　契約って何?(正解は②、③、④)**

契約は、商品を買ったりサービスを利用する際に、消費者と事業者の間で合意することで成立します。設問①映画に行く約束をするのような場合は消費者と事業者の間の合意ではないため、契約ではありません。②バスに乗る(旅客運送契約)③ポップコーンを買う(売買契約)④映画を見る(売買契約)はすべて契約になります。

**2　契約はやめることができるの?(正解は②、③)**

設問のように②お店で買った物と違う商品が入っている場合、③本のページが1ページぬけている(落丁)場合などのように、購入を希望していたものと明らかに違う場合は返品することができます。

しかし、①買った物より欲しいものが出た、②他のお店で安く売っていた等のような個人の都合で勝手にやめることはできません。

**3　未成年者の契約(正解は、該当なし=すべて取り消せない)**

民法には、「未成年者が、法律行為をするには、その法定代理人の同意を要する(5条1項)」「法定代理人の同意なしに法律行為をした場合には、その法律行為を取り消すことができる(同条2項)」とあります。未成年者とは、成年になっていない者であり、「年齢20歳をもって、成年とする(4条)」とあるので、未成年者が両親など法定代理人の同意のない契約は、本人や法定代理人が取り消すことができます。

しかし、設問にあるような①こづかい程度の契約、②20歳以上であると嘘をついて契約、③保護者の署名欄に無断でサインした場合は取り消すことができません。また、19歳以下でも結婚している場合は民法上成人として扱われるので、④結婚している場合も契約を取り消すことはできません。

### 14-15ページ　これからの社会を担うあなたへ　～「消費者」としての権利と責任～

**このページでは消費者の権利と責任について理解を深めるため、用語と説明文を線でつなぐワークと、国民生活センターが実施する調査データからトラブルにあった時の対応によって、個人と社会にどのような意味をもつのか考えさせるワークを設けました。**

#### グラフから分かることをまとめてみよう。

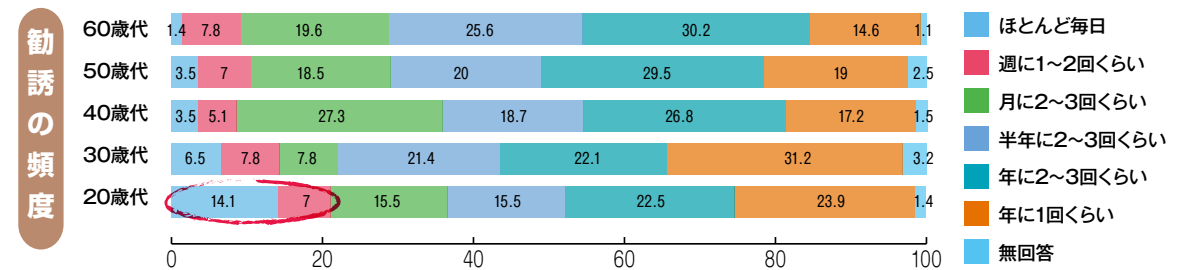
**●トラブルにあってもどこにも相談しない人が多い。**

この1年間に購入した商品・サービスに対する不満・被害があった人の割合は32.2%、3人に1人ということが分かる。さらに、不満や被害にあった時の相談先について見ると、被害に不満があったにも関わらず、どこにも相談していない人が45%にものぼっている。理由は、「めんどうだから」「申し出てもよい解決策があるとは思えないから」という消極的な理由に加え、「どこに相談していいかわからない」といった相談先に関する理解不足が原因となっている場合もある。

**●消費生活窓口の利用度は低い。**

相談先としては、販売店(購入元)やメーカーに伝えた人や、家族・友人に相談した人が多い。消費生活センターなど公的機関に相談した人の割合はわずか1.5%にとどまっている。

**<参考>若年者は悪質業者からの勧誘にあう頻度が高い!?**

国民生活センター「第39回国民生活動向調査」(2011年)によると、悪質商法等からの勧誘経験がある人の割合は約30%にのぼり、特に勧誘頻度は若い人ほど高い傾向にある。20歳代では、「ほとんど毎日」「週に1~2回以上」人が2割以上もいる。勧誘方法は、電話・ダイレクトメールが多い。

#### 相談することの意味を考えてみよう。

**個人の視点**

消費者トラブルにあった時、他の人に相談・苦情を伝えることにより、問題の解決や精神的苦痛を軽減することができます。被害にあった人の中には「だまされた私が悪い」「トラブルにあったことを人に知られたくない」と自分を責めて相談することをためらってしまうことがありますが、被害にあった消費者がきちんと被害を認識し、救済を申し立てることで、消費生活センターや、企業、法律の専門家が知識や制度を駆使して問題を解決することができるようになるのです。

**社会の視点**

消費者1人ひとりの存在は小さくても、消費者が集結すれば大きい力になります。団結して行動することにより世論を喚起し、経済的な効果も生み出すことができます。例えば、ある製品で事故が起き、その被害を受けた消費者が、販売した企業に相談すれば、企業は製品の安全性を見直す努力をするでしょう。悪質業者によるトラブルを消費生活センターなどに相談すれば、国は悪質業者を取り締まったり、被害拡大防止のために世論に注意を促すことでしょう。このように、相談は私的な問題解決に加えて、情報を発信・共有することで社会全体の問題解決につながるという点を自覚し、行動することが重要です。

# 5. 授業展開例　公民科

## ネットショッピングの落とし穴

**単元名**

**高等学校学習指導要領　現代社会**
(1)私たちの生きる社会「現代社会における諸課題」における「情報」　及び
(2)現代社会と人間としての在り方生き方「エ　現代の経済社会と経済活動の在り方」における「消費者問題」

**単元設定の理由**

高校生の消費者被害に関するデータによれば、インターネットや携帯電話の利用に伴うケースが圧倒的に多いという。そこで、個人情報を発信することによって生じる利便性と危険性を比較させながら、情報化社会における情報の活用や情報にかかわる諸課題を考察させたい。
ネットショッピングを事例としながら、契約に関する基本的な考え方について理解させ、契約により生ずる様々な責任についても理解させたい。

**単元の目標**

(1)ネットショッピングの被害を具体的事例としながら、情報化が社会に及ぼす影響や個人の責任を認識することができる。
(2)契約に関する基本的な考え方について理解しながら、特にネットショッピングをはじめとする消費者被害の実態やその解決のための方法について考察できる。

**指導計画（2時間）**

1)情報化社会の功罪（1時間）
2)ネットショッピングの落とし穴（2時間目）

| 本時の題目 | 情報化社会の功罪（1時間目） |
|---|---|
| 本時の目標 | ネットショッピングの被害を具体的事例としながら、情報化が社会に及ぼす影響や個人の責任を認識することができる。 |

### 学習指導課程

| 時間 | | 主な学習活動 | 指導上の留意点 | 教材・資料 |
|---|---|---|---|---|
| 第1時間目 | 導入 | ■インターネットや携帯電話などが急速に普及した結果、私達の生活はどのように変化したのか、具体的に考えながら情報化社会の功罪について話し合う。 | ■情報化社会の進展によって個人や組織の利益と不利益が生じることを理解し、それぞれの具体例について意見交換をさせる。 | |
| | 展開 | ■若者、特に高校生に多いネット関連の消費者被害事例について、映像教材を視聴しながら以下の2つの事例を具体的に理解する。<br>①スニーカーの購入<br>②コンサートチケットの購入 | ■映像教材「ネットショッピング」の前半を視聴した後、<br>■ワークブックP4, 5を使用しながら、それぞれの行動のどこに問題があるのかを確認する。 | ■映像教材<br>「ネットショッピング」<br>前半<br>■ワークブック　P4, 5<br>(Case Study 1・2) |
| | まとめ | ■個人情報の漏洩、知的財産権の侵害など様々な課題がある中で、個人の責任やメディアリテラシーの重要性を討議する。<br>■インターネットや携帯電話でつながる人間関係の現状についても、その問題点について考察する。 | ■教師用解説書P6〜P8を参考にしながら、高校生に多いネット関連のトラブル事例としてオンラインゲームの高額請求などがあることなども説明する。 | ■教師用解説書　P6〜8 |

**評価方法**

●情報化社会における消費者被害の実情について理解している。〔知識・理解〕

| 本時の題目 | ネットショッピングの落とし穴（2時間目） |
|---|---|
| 本時の目標 | 契約に関する基本的な考え方について理解しながら、特にネットショッピングをはじめとする消費者被害の実態やその解決のための方法について考察できる。 |

### 学習指導課程

| 時間 | | 主な学習活動 | 指導上の留意点 | 教材・資料 |
|---|---|---|---|---|
| 第2時間目 | 導入 | ■前時で視聴した以下のネット関連の消費者被害事例について、その後どのような結果に至ったのかを確認する。<br>①スニーカーの購入<br>②コンサートチケットの購入 | ■教師用解説書P14〜16を参考にしながら、それぞれの行動の「ポイント」について、映像を停止しながら解説する。 | ■映像教材<br>「ネットショッピング」<br>後半<br>■教師用解説書　P15,16 |
| | 展開 | ■上記の2つの事例について、それぞれの対策はどのようなものがあるか、各自で考察しながら意見交換をし、ワークブックP4, 5（(Case Study 1,2)のワークを完成する。 | ■ワークブックP9右側に記載されている「トラブルの原因と対策」を提示しながら、ヒントを与える。 | ■ワークブック　P9<br>■ワークブック　P4, 5 |
| | まとめ | ■ワークブックP10,11の「若者や高校生をめぐる消費者トラブル」を提示しながら、上記以外のネット関連の消費者被害事例について、どのようなものがあるかについて確認する。 | ■ワークブックP12,13を提示しながら、契約の基礎知識、特に通信販売はクーリング・オフの対象外であることなどを解説する。 | ■ワークブック　P10,11<br>■ワークブック　P12,13 |

**評価方法**

●ネットを利用した商品購入における問題点を判断している。〔思考・判断・表現〕
●ネット関連の消費者被害が生じた際の解決方法を理解している。〔知識・理解〕


もし あなたが消費者トラブルにあったら…消費者センスを高めよう！
教師用解説書

# 公民科

## もうけ話にご用心

**単元名**

**高等学校学習指導要領　現代社会**
（1）私たちの生きる社会「現代社会における諸課題」における「情報」
及び
（2）現代社会と人間としての在り方生き方「エ　現代の経済社会と経済活動の在り方」における「金融」及び「消費者問題」

**単元設定の理由**

近年、金融の自由化の進展に伴って金融商品が多様化していることについて、FXを具体的な事例として指導の工夫を図りたい。
消費者の権利の尊重と消費者の自立支援について、連鎖販売取引を具体的な事例としながら消費者としての権利や責任について考察させたい。

（1）近年の金融制度や資金の流れなどを理解しながら、金融商品の多様化について投資用教材ソフトを具体的事例としながら関心をもつことができる。
（2）契約に関する基本的な考え方について理解しながら、特に連鎖販売取引がもたらす消費者被害の実態やその解決のための方法について考察できる。

1）金融（1時間目）
2）もうけ話にご用心（2時間目）

| 本時の題目 | 金融（1時間目） |
|---|---|
| 本時の目標 | 近年の金融制度や資金の流れなどを理解しながら、金融商品の多様化について投資用教材ソフトを具体的事例としながら関心をもつことができる。 |

### 学習指導課程

| 時間 | | 主な学習活動 | 指導上の留意点 | 教材・資料 |
|---|---|---|---|---|
| 第1時間目 | 導入 | ■最近の急激な円高の進行など、日本をとりまく国際経済の状況について説明し、インターネット上で具体的にどのような金融商品が取り上げられているかについて意見を出し合う。 | ■アメリカ経済の失速、ギリシャ・イタリアなどの債務超過などの要因により、急激な円高が進行していることを説明する。 | |
| | 展開 | ■映像教材「もうけ話にご用心」前半を視聴しながら、以下の経済基本用語についてその内容を確認する。<br>①FX<br>②外国為替<br>③円高<br>④金融の自由化 | ■FXとは、外国為替証拠金取引（Foreign exchange）の略称であることや、その仕組みやそのリスクについて説明する。<br>■金融の自由化や超低金利政策、そして最近の急激な円高により、FXなどの投資について関心が高まっていることを説明する。 | ■映像教材<br>「もうけ話にご用心」<br>前半視聴<br>■ワークブック<br>P8, 9（Case Study 5） |
| | まとめ | ■金融の自由化により、消費者としてどのような知識や行動が要求されるのかについて、具体的に考察する。 | ■賢い消費者として、金融に関する知識や関心が必要であることに気づかせる。 | |

**評価方法**

●金融商品の多様化についてその背景や内容を理解している。〔知識・理解〕

| 本時の題目 | もうけ話にご用心（2時間目） |
|---|---|
| 本時の目標 | 契約に関する基本的な考え方について理解しながら、特に連鎖販売取引がもたらす消費者被害の実態やその解決のための方法について考察できる。 |

### 学習指導課程

| 時間 | | 主な学習活動 | 指導上の留意点 | 教材・資料 |
|---|---|---|---|---|
| 第2時間目 | 導入 | ■映像教材「もうけ話にご用心」の後半を視聴しながら、ワークブックP8（Case Study 5）を確認する。 | ■教師用解説書P19,20を参考にしながら、それぞれの行動の「ポイント」について映像を止めながら解説する。 | ■映像教材<br>「もうけ話にご用心」<br>後半視聴 |
| | 展開 | ■上記映像教材の中で、投資ソフトの販売員になることが、なぜ特定商取引法で規制されている連鎖販売取引に該当するのかについて説明する。<br>■ワークブックP8, 9（Case Study 5）を参照しながら、達也の行動のどこに問題があったのかについて意見交換をする。 | ■投資ソフトの購入が「特定負担」に該当し、特定負担を支払う（ソフト購入）ことにより、その仲介料が得られる仕組みだからということを説明する。<br>■教師用解説書P19,20を参考にしながら、それぞれの行動の「ポイント」を解説する。 | ■教師用解説書　P19,20<br>■ワークブック　P8, 9 |
| | まとめ | ■映像教材の最後に「美里は大学を辞めてしまった」とあるが、その理由について考察する。 | ■事実に反したり、強引な勧誘をすれば、連鎖販売取引は自分だけではなく友人などにも被害を与えることを説明する。 | ■ワークブック　P8, 9 |

**評価方法**

●連鎖販売取引が人間関係にどのような影響があるか判断している。〔思考・判断・表現〕
●連鎖販売取引に関する内容とその解決策について理解している。〔知識・理解〕

# 授業展開例 家庭科

**単元名**

**高等学校学習指導要領　家庭総合**
(3)「生活における経済の計画と消費」
　イ　消費行動と意思決定　　　ウ　消費者の権利と責任
　・商品選択の意思決定と商品の取扱い及び消費者トラブルへの対処
　・契約の基本及び消費者の権利と責任

　ネットショッピングをはじめとする商品の販売形態及び支払い形態の多様化に伴い、私たちの消費行動も変容している。多様な情報をどのように取捨選択し、意思決定し、何に留意していけばよいのかを考えさせる。
　また、これから社会に出て行く高校生には、契約や消費者信用について学習し社会人として必要な知識を十分身に付けさせる必要がある。さらに、消費者の権利と責任に関して自らの消費行動が社会に及ぼす影響を理解し、よりよい消費社会の実現に向けて行動する責任があることを理解させる。

(1)消費行動における意思決定の過程とその重要性について理解させ、消費者として主体的に判断できるようにする。
(2)消費生活の現状と課題、消費者問題や消費者の自立と支援などについて理解させ、消費者としての権利と責任を自覚して行動できるようにする。

**1)変容する消費社会(1時間)**
　(ネットショッピング･電子マネー･消費者信用･多重債務等)
**2)商品選択の意思決定と消費者トラブル(2時間)**
　ア)ネットショッピングの落とし穴
　　事例1　ネットで注文したスニーカーは返品できる?
　　事例2　代引きだから大丈夫!?
　イ)おしゃれのリスク
　　事例3　カラーコンタクトで目に傷が！
　　事例4　カラーリング剤でやけど
**3)契約の基礎知識(1時間)**
**4)消費者信用1　クレジットとは、クレジットのしくみ、支払い方法と手数料等(1時間)**
**5)消費者信用2　多重債務と債務の整理(1時間)**
**6)消費者の権利と責任(1時間)**

※本書では、指導計画2)、3)、6)の授業展開例を掲載しています。

| 本時の題目 | **2)商品選択の意思決定と消費者トラブル(1時間目)**<br>ア)ネットショッピングの落とし穴 |
|---|---|
| 本時の目標 | ・自らの消費行動における意思決定が重要であることを理解する。<br>・インターネットによるショッピングや個人間取引における留意点を知りトラブルを回避する方法を知るとともに、被害にあった時にどのような行動をとれば良いかが分かる。 |

## 学習指導課程

| 時間 | | 主な学習活動 | 指導上の留意点 | 教材・資料 |
|---|---|---|---|---|
| 第1時間目 | 導入 | ○本時の課題の確認<br>○インターネットで商品やサービスを購入した経験(購入した商品名や購入方法)、ネットショッピングでトラブルに巻き込まれた事例等について話し合う。 | ■生徒が商品を購入する際の購入商品名や購入方法を引き出し、出された意見を板書する。<br>■ネットショッピングの利用増加に伴い、トラブルが多く発生していることを確認する。 | ■ワークブック　P10,11<br>■教師用解説書　P6~8<br>■ワークブック　P4,5 |
| | 展開 | ○高校生に多いネット関連の消費者トラブル事例について、映像教材を視聴して以下の2つの事例を具体的に理解する。<br>①スニーカーの購入<br>②コンサートチケットの購入<br>○グループに分かれて話し合い、結果を板書し発表する。 | ■ネットショッピングによるトラブル発生は、どのようなところに問題があったのかワークブックを参考にグループで話し合い、まとめるよう指示する。<br>■グループで話し合った内容をいくつかのグループに板書させる。 | ■映像教材<br>「ネットショッピング」<br>■ワークブック　P4,5 |
| | まとめ | ○2つの事例の問題点、ネットショッピングの留意点、トラブルにあったときの対応について考察し、ワークにまとめる。 | ■映像教材のミニアドバイスの視聴またはワークブックP9を参照して、前項の結論と照合しワークにまとめさせる。<br>■被害にあった時の解決事例や、問題解決に向けての対処方法や相談窓口を紹介する。 | ■ワークブック　P9<br>■ワークブック　P4,5<br>■ワークブック　P10,11 |

●ネットショッピング利用上の留意点や、トラブルを回避する方法について考え、まとめている。〔思考・判断・表現〕
●自らの消費行動における意思決定が重要であることを理解している。〔知識・理解〕
●消費者トラブルにあった時どのような行動をとればよいのかを理解している。〔知識・理解〕

| 本時の題目 | **2)商品選択の意思決定と消費者トラブル(2時間目)**<br>イ)おしゃれのリスク |
|---|---|
| 本時の目標 | ・おしゃれ用品等を始めとする様々な商品に関して商品選択の意思決定の際に、その安全性を確認すること及び取扱い上の注意事項を守ることの重要性を理解する。<br>・リスクを回避する方法を知るとともに被害にあった時にどのような行動を取ればよいかが分かる。 |

## 学習指導課程

| 時間 | | 主な学習活動 | 指導上の留意点 | 教材・資料 |
|---|---|---|---|---|
| 第2時間目 | 導入 | ○本時の課題の確認<br>○カラーコンタクトやカラーリングその他の身近な商品で事故やトラブルを経験したことがあるか話し合う。 | ■生徒の経験談について発表させる。(生徒自身だけでなく、家族や友人の例などについても考えさせる。あらかじめ、教師自身が身近な事例を用意しておくと良い。) | ■ワークブック　P11 |
| | 展開 | ○映像教材を視聴しながら以下の2つの事例を具体的に理解する。<br>①カラーコンタクトで目に傷が!<br>②カラーリング剤でやけど<br>○グループに分かれて話し合い、結果を板書し発表する。 | ■カラーコンタクトとカラーリング剤の購入時や使用時上の問題点を考えさせる。<br>■グループで話し合った内容をいくつかのグループに板書し発表させる。 | ■映像教材<br>「おしゃれのリスク」<br>■ワークブック　P6,7 |
| | まとめ | ○2つの事例の問題点、商品の安全性の確認方法及び使用上の留意点、被害にあったり、事故に巻き込まれたりした時、どのような対応をすればよいか考察し、ワークにまとめる。<br>○今後、消費者の権利と責任について学び、消費者としていかに行動すべきかを学ぶことを伝える。 | ■映像教材のミニアドバイスの視聴または本書P9を参照して前項の発表内容と照合しまとめさせる。<br>■商品の使用にあたっては、安全性に関する情報収集や使用上の留意点を守ることの他、自分の身を守り、安心・安全な消費社会を作るために自ら情報収集や行動を起こすことの重要性を自覚させる。<br>■問題解決に向けての対処方法や、相談窓口を紹介する。 | ■ワークブック　P9<br>■ワークブック　P6,7<br>■ワークブック　P10,11 |

**評価方法**

- **購入した商品に関して取扱い上の留意点及び、事故を回避するための方法について考え、まとめている。〔思考・判断・表現〕**
- **商品選択の意思決定の際、安全性を確認することの重要性を理解している。〔知識・理解〕**
- **消費者事故にあった時の解決方法について理解している。〔知識・理解〕**

| 本時の題目 | **3)契約の基礎知識(1時間目)**<br>契約の基礎知識を身に付けよう |
|---|---|
| 本時の目標 | ・消費者トラブルを未然に防ぐため、契約の基礎知識を理解する。<br>・具体的事例に沿ってクーリング・オフを疑似体験し、実際の方法を理解する。 |

## 学習指導課程

| 時間 | | 主な学習活動 | 指導上の留意点 | 教材・資料 |
|---|---|---|---|---|
| 第1時間目 | 導入 | ○本時の課題の確認<br>○契約とは何かについて考える。 | ■ワーク「契約って何?」について考えさせ、契約について理解させる。<br>■契約は口約束でも成立すること、日常生活での約束と契約の違いについて理解させる。 | ■ワークブック　P12 |
| | 展開 | ○契約の解除や未成年者の契約、クーリング・オフはどのような場合にできるのか考える。<br>○ネットショッピングの場合、クーリング・オフができないこと、返品特約を確認することについて振り返る。<br>○実際に、クーリング・オフの通知を作成する。 | ■ワーク「契約はやめることができるの?」、ワーク「未成年者の契約」を考えさせる。<br>■ネットショッピングの落とし穴の事例を振り返り、ネットにおける契約について整理する。<br>■ワークブックP13「クーリング・オフ」の書面例を参考にして、実際にクーリング・オフの書面を作成させる。<br>■クーリング・オフができる条件と方法を理解させる。(時間がある場合、映像教材「もうけ話にご用心」も視聴する。) | ■ワークブック　P12,13<br>■映像教材<br>「もうけ話にご用心」 |
| | まとめ | ○契約をする際の注意点、クーリング・オフについてまとめる。 | ■契約をする際の注意点、クーリング・オフについてまとめ、安易な契約は避けるよう伝える。 | ■ワークブック　P12,13 |

**評価方法**

- **契約の基礎について理解している。〔知識・理解〕**

## 家庭科

| 本時の題目 | **6)消費者の権利と責任(1時間目)**<br>これからの消費社会を担うあなたへ |
|---|---|
| 本時の目標 | ・消費者の権利と責任を自覚し、自らの消費行動において社会的責任を果たす姿勢を養う。 |

### 学習指導課程

| 時間 | | 主な学習活動 | 指導上の留意点 | 教材・資料 |
|---|---|---|---|---|
| 第1時間目 | 導入 | ○本時の課題の確認<br>○消費者基本法の消費者の権利と消費者の責任について、関連の深い事例と権利・責任を線で結ぶワークを行う。 | ■これまでの学習内容を振り返り、具体的事例と関連付けながら消費者の権利と責任について、まとめさせる。<br>■高校生も「消費者」であることを自覚させるために、実例をあげて説明する。 | ■ワークブック　P14 |
| | 展開 | ○グラフを見て分かることをまとめ、相談することの意味を個人の視点、社会の視点から、グループで話し合い、発表する。 | ■20代の半数近くがどこにも相談しないと回答していることについて、相談することにより、個人的な問題解決だけでなく、社会的に問題のある事業者の指導や制度改正により社会からトラブルを減少させることができることに気付かせる。 | ■ワークブック　P15 |
| | まとめ | ○自分の今後の消費行動がどのような社会的影響を与えるかを考え、「消費者」としての在り方について自分の意見をまとめる。 | ■個人の消費行動やトラブルに対する対応が社会的に影響を及ぼすことを認識させ、どのように行動をしたらよいのかを考えさせる。 | ■ワークブック　P14,15<br>■教師用解説書　P21 |

**評価方法**

●消費者の権利や消費者支援の制度に関心をもち、自立した消費者として行動しようとしている。〔関心・意欲・態度〕

●消費者の権利と責任について理解している。〔知識・理解〕




＜消費者庁教材検討委員会＞

委員長　大竹美登利（東京学芸大学副学長）
委　員　魚山　秀介（帝京大学教職センター専任講師）
葛西　光子（公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会常任顧問）
坪内　恭子（東京都立大江戸高等学校教諭）
原田　由里（一般社団法人ECネットワーク理事）

オブザーバー　角村　浩（独立行政法人国民生活センター総務部広報室長）
樋口　雅夫　文部科学省初等中等教育局教育課程課教科調査官
（国立教育政策研究所教育課程研究センター教育課程調査官・公民科）
望月　昌代　文部科学省初等中等教育局教育課程課教科調査官
（国立教育政策研究所教育課程研究センター教育課程調査官・家庭科）

事務局　財団法人消費者教育支援センター
柿野成美（主任研究員）、宮川有希（研究員）、石井くるみ（研究員補）
映像制作：放送映画製作所　冊子編集：秋田協同印刷


●映像教材、ワークブック、本書は消費者庁「消費者教育ポータルサイト」で見ることができます。他にもたくさんの教材がありますので、ぜひご覧ください。

http://www.caa.go.jp/kportal/index.php